

Strategi Perencanaan Pengembangan Produk UMKM Oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Bandung

Faris Birruhaziron¹, Hilwa Aghnia N.H², Iwan Satibi³

^{1,2} Mahasiswa Program Studi Administrasi Publik, Universitas Pasundan, Indonesia

³ Dosen Program Studi Administrasi Publik, Universitas Pasundan, Indonesia

Email Korespondensi: farisbirruhaziron@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh munculnya masalah perencanaan pengembangan produk usaha kecil dan menengah yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Bandung belum sepenuhnya berjalan dengan efektif. Permasalahan tersebut, tercermin dari beberapa fenomena antara lain; belum optimalnya identifikasi terhadap eksistensi usaha kecil dan menengah secara komprehensif, masih lemahnya sinergitas antara pemerintah pusat dan daerah dalam menerjemahkan berbagai peraturan dan belum optimalnya dukungan factor internal dan eksternal dalam menjalankan program pengembangan produk unggulan usaha kecil dan menengah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi perencanaan pengembangan produk yang dilaksanakan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Mikro Kabupaten Bandung, mengetahui hambatan dan kendala yang dihadapi dalam perencanaan pengembangan produk serta menganalisis upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan dan kendala tersebut. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan terhadap program pengembangan produk usaha kecil dan menengah di Kabupaten Bandung belum sepenuhnya berjalan dengan efektif, sehingga membutuhkan adanya strategi yang tepat agar dapat mengoptimalkan pengembangan produk usaha kecil dan menengah sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan. Adapun strategi yang bisa dilakukan antara lain; strategi penguatan sinergitas peraturan, strategi identifikasi sumber daya internal dan eksternal, strategi pemenangan persaingan pasar global, Strategi penguatan izin usaha, strategi pengembangan skill, strategi penguatan inovasi produk unggulan., dan strategi pengembangan kemitraan .

Kata Kunci: Perencanaan; Pengembangan Produk; Strategi

ABSTRACT

This research is motivated by the emergence of the problem of planning the product development of small and medium enterprises implemented by the Department of Cooperatives and Small and Medium Enterprises of Bandung Regency has not been fully effective. These problems are reflected in several phenomena, among others; The identification of the existence of small and medium enterprises is not optimal yet in a comprehensive manner, there is still weak synergy between the central and regional governments in translating various regulations and the support of internal and external factors has not been optimal in carrying out superior product development programs for small and medium enterprises. This study aims to analyze the product development planning strategy implemented by the Bandung Regency Office of Cooperatives and Small Micro Enterprises, to find out the obstacles and constraints faced in product development planning and to analyze the efforts made to overcome these obstacles and constraints. This study uses a descriptive method with a qualitative approach. While the data collection techniques used were observation, interviews, and documentation. The results showed that the planning of the product development program for small and medium enterprises in Bandung Regency was not yet fully effective, so it required the right strategy in order to optimize the product development of small and medium enterprises in accordance with predetermined plans. The strategies that can be done include; strategies to strengthen regulatory synergy, strategies for identifying internal and external resources, strategies for winning global market competition, strategies for strengthening business licenses, strategies for developing skills, strategies for strengthening superior product innovation, and strategies for developing partnerships.

Keywords: Planning; Product Development; Strategy

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu sector strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Oleh karena itu, pengembangan usaha mikro kecil dan menengah sudah selayaknya mendapatkan prioritas dalam pembangunan nasional. Hal ini dapat dimengerti mengingat keberadaan usaha kecil dan menengah secara empiric telah mampu menopang perekonomian nasional, termasuk dimasa pendemik saat ini.

Hasil temuan penelitian sebelumnya menunjukan bahwa pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), menjadi sangat strategis karena potensinya yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat dan sekaligus dalam meningkatkan kesejahteraannya (Ariani & Muhamad Nur Utomo,

2017). Hal senada juga dikemukakan oleh hasil penelitian Chairil M. Noor & Gartika Rahmasari (2018) yang menyatakan bahwa keberadaan usaha mikro kecil dan menengah sangat penting dalam mengisi beberapa kebutuhan belanja ekonomi masyarakat dan diperhitungkan dalam mengatur anggaran dan belanja rumah tangganya.

Adapun kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dibandingkan dengan usaha yang berskala besar dapat dilihat berdasarkan aset dan omzet. Sedangkan gambaran perbedaan tersebut, dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel 1: Kriteria UMKM dan Usaha Besar Berdasarkan Aset dan Omzet

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset (tidak termasuk tanah & bangunan tempat usaha)	Omzet (dalam 1 tahun)
Usaha Mikro	Maksimal Rp 50 juta	Maksimal Rp 300 juta
Usaha Kecil	Lebih dari Rp 50 juta - Rp 500 juta	Lebih dari Rp 300 juta - Rp 2,5 miliar
Usaha Menengah	Lebih dari Rp 500 juta - Rp 10 miliar	Lebih dari Rp 2,5 miliar - Rp 50 miliar
Usaha Besar	Lebih dari Rp 10 miliar	Lebih dari Rp 50 miliar

Sumber: UU No.20/2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Pada sisi lain, keberadaan sector usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) harus tetap terjaga eksistensinya. Dalam konteks ini, pemerintah khususnya pemerintah daerah memiliki tanggung jawab yang cukup besar dalam menjaga keberlangsungan siklus ekonomi yang digerakan oleh usaha mikro kecil dan menengah ini. Salah satu upaya yang bisa diupayakan antara lain dengan melakukan pembinaan, fasilitasi dan dukungan dari pemerintah daerah, termasuk dukungan dari Pemerintah Kabupaten Bandung agar mereka mampu bersaing dan mengembangkan usahanya ditengah kompleksitas persaingan yang sangat ketat.

Memang tidak dipungkiri bahwa keberadaan sector usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Bandung saat ini sedang mengalami kendala yang cukup serius, antara lain;.belum optimalnya identifikasi terhadap eksistensi usaha mikro kecil dan menengah secara komprehensif, lemahnya permodalan, lemahnya daya saing, masih lemahnya sinergitas antara pemerintah pusat dan

daerah dalam menterjemahkan berbagai peraturan dan belum optimalnya dukungan factor internal dan eksternal dalam menjalankan program pengembangan produk unggulan usaha mikro kecil dan menengah. Penguatan atas munculnya permasalahan tersebut tercermin dari hasil penelitian Verniaputri Agusetiyaningrum, M. Khalid Mawardi & Edriana Pangestuti (2016), yang menyatakan bahwa beberapa kendala yang dihadapi dalam strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah, antara lain; masih lemahnya sector permodalan, keterbatasan bahan baku, terbatasnya peralatan, masih lemahnya kualitas sumber daya manusia dan terbatasnya lahan atau tempat.

Hasil observasi pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah Kabupaten Bandung menunjukkan bahwa berbagai kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha mikro kecil dan menengah tersebut nampaknya terkait dengan belum efektifnya perencanaan yang dilakukan oleh dinas. Oleh sebab itu, penelitian ini akan difokuskan pada Strategi Perencanaan Pengembangan Produk UMKM Oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Bandung.

METODE PENELITIAN

Sesuai judul penelitian yang mengungkap Strategi Perencanaan Pengembangan Produk UMKM Oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Bandung, maka pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah *Metode Deskriptif*. Penggunaan metode deskriptif ini didasarkan pada pertimbangan bahwa metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan suatu kondisi/gejala, sistem, peristiwa saat ini berdasarkan data dan informasi yang tersedia (Satibi, 2011). Sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan dept interview, observasi dan dokumentasi, kemudian analisis data dilakukan dengan menggunakan model triangulasi dari Miles dan Huberman.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Secara yuridis strategi perencanaan terhadap pengembangan produk usaha mikro kecil dan menengah oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Bandung didasarkan pada oleh Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sejalan dengan konteks

tersebut, Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Bandung berupaya untuk mendorong keberlangsungan kegiatan para pelaku usaha mikro kecil dan menengah, agar mereka tetap mampu meningkatkan kualitasnya. Dengan demikian, diharapkan dapat terbangun sebuah ekosistem yang tangguh di lingkungan UMKM, yang kemudian dapat memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan pelaku UMKM dan masyarakat.

Fakta empiris menunjukkan bahwa keberadaan usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Bandung tidak bisa berdiri sendiri. Artinya, kegiatan yang dilakukan oleh mereka membutuhkan adanya sinergitas dengan pelaku yang lain (*stakeholders*), baik dengan pengusaha, sector perbankan maupun sector lainnya. Hal ini sangat penting untuk dilakukan, agar terjalin adanya suatu kerjasama yang baik diantara semua pemangku kepentingan dalam mengembangkan sector usaha mikro kecil dan menengah. Oleh sebab itulah kemudian Pemerintah Kabupaten Bandung perlu melakukan sebuah perencanaan yang tepat, agar sinergitas para pemangku kepentingan dalam pengembangan UMKM dapat terwujud dengan baik.

Hasil penelitian Dadan Sutrisno, Agus Suryono & Abdulah Said (2016) menjelaskan bahwa minimnya keterlibatan dan input dari sasaran pelayanan SKPD dalam hal ini UMKM di dalam proses perencanaan, sehingga program yang disusun hanya berdasarkan perspektif SKPD saja. Sejalan dengan hal tersebut, Allison dan Kaye (2005) mengemukakan empat konsep utama yang menentukan keberhasilan suatu perencanaan strategis, dimana satu diantaranya adalah membangun komitmen bersama antar *stakeholder* utama secara sistematis termasuk klien dan masyarakat. Hal senada juga dikemukakan oleh Riyadi dan Bratakusumah (2005) yang menyebutkan salah satu prinsip umum perencanaan strategis adalah dalam prosesnya harus mempertimbangkan input-input dari *stakeholders* atau kelompok sasaran. Dengan perkataan lain, keterlibatan semua pemangku kepentingan untuk mendesain perencanaan jelas sangat dibutuhkan dalam rangka mengembangkan sector usaha mikro kecil dan menengah.

Melalui perencanaan yang terintegratif, Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bandung diharapkan mampu mewujudkan salah satu program yang diprioritaskan oleh Kabupaten Bandung yaitu untuk meningkatkan pertumbuhan

perekonomian secara berdaya saing antara pelaku UMKM lainnya di Kabupaten Bandung.

Hasil penelitian telah mengungkap beberapa strategi yang perlu dilakukan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah dalam mengembangkan produk usaha mikro kecil dan menengah melalui penguatan perencanaan, antara lain:

1. **Strategi penguatan sinergitas peraturan.** Strategi ini muncul karena fakta empiris menunjukkan, belum efektifnya sinergitas pelaksanaan peraturan terkait dengan pembinaan dan pengembangan usaha mikro kecil dan menengah, antara pemerintah pusat dan daerah. Hal ini tercermin dari adanya perbedaan persepsi diantara pemangku kepentingan, baik di pusat maupun daerah dalam menterjemahkan peraturan yang terkait dengan fasilitasi berbagai kebutuhan usaha kecil, seperti akses modal, peralatan, rencana pengembangan, penggunaan teknologi dan pemasaran. Senada dengan hal tersebut, temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hamid & Susilo (2011) menyatakan lemahnya daya saing UMKM disebabkan oleh beberapa masalah yang dihadapi, anatara lain; (1) Pemasaran, (2) Modal dan Pendanaan, (3) Inovasi dan Pemanfaatan Teknologi Informasi, (4) Pemakaian Bahan Baku, (5) Peralatan Produksi, (6) Penyerapan dan Pemberdayaan Tenaga Kerja, (7) Rencana Pengembangan Usaha, dan (8) Kesiapan Menghadapi Tantangan Lingkungan Eksternal.
2. **Strategi identifikasi sumber daya internal dan eksternal.** Lemahnya pemetaan sumber daya baik, internal maupun eksternal dalam pengembangan usaha mikro kecil dan menengah, secara empirik telah menghambat keberhasilan UMKM dalam mengembangkan usahanya. Oleh karena itu, dibutuhkan adanya strategi yang mampu mengungkap identifikasi sumber daya internal dan eksternal. Hasil penelitian, mengungkap identifikasi sumber daya internal antara lain menyangkut; kekuatan dan kelemahan yang dihadapi Oleh UMKM dalam mengembangkan usahanya. Faktor **kekuatan**, antara lain meliputi: (1) Legalitas produk dan ijin produk diakui oleh masyarakat umum, (2) Harga produk yang masih mampu bersaing dengan produk sejenis, (3)

Bahan baku yang relative mudah didapat. Sedangkan dari sisi **kelemahan**, antara lain meliputi: (1) Terbatasnya modal yang dimiliki oleh pelaku UMKM, (2) Kurangnya pemahaman dari pelaku UMKM tentang manajemen usaha, strategi, system dan proses pemasaran bagi hasil produksinya. (3) Lemahnya jaringan pemasaran dan teknoogi informasi penunjang pengembangan bagi UMKM, dan (4) Terbatasnya sumber daya manusia yang memiliki keahlian dan pengalaman. Kemudian identifikasi faktor eksternal, terkait dengan peluang dan ancaman. Faktor peluang terdiri dari ; (1) Kecenderungan konsumsi masyarakat yang cukup besar terhadap hasil produk local, (2) Rendahnya tingkat gangguan keamanan pada UMKM, (3) adanya dukungan pemerintah terhadap peningkatan potensi UMKM, dan (4) Ketersediaan infrastruktur. Sedangkan identifikasi factor ancaman meliputi; (1) Kondisi perekonomian secara umum dirasakan berat dan mempengaruhi perkembangan UMKM, (2) Tingkat inflasi yang cenderung berfluktuasi, (3) Masih kurangnya perlindungan usaha, baik dari monopoli maupun dari ekspansi eksternal dari pemerintah, (4) sulitnya mendapatkan akses pendanaan dengan bunga lunak dari pemerintah, karena prosedur pendanaan yang tergolong rumit.

3. **Strategi pemenangan persaingan pasar global.** Strategi ini dilakukan agar pelaku usaha mikro kecil dan menengah dapat memenangkan persaingan di pasar global. Dalam konteks ini Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah telah mendesain suatu strategi perencanaan yang komprehensif terkait dengan pengembangan produk yang akan dihasilkan oleh sector usaha kecil dan menengah. Sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan, maka pengembangan produk yang dilakukan yakni dengan memperluas akses penjualan produk unggulan, baik melalui model *offline* maupun *online*. Fakta empiris menunjukan bahwa pengembangan produk secara *offline* diterjemahkan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah melalui fasilitasi tempat yang ramai, dengan harapan agar kegiatan UMKM bisa lebih banyak dikunjungi oleh masyarakat /pembeli. Banyaknya pengunjung yang datang diharapkan dapat memberikan implikasi terhadap penjualan produk, khususnya produk unggulan yang dipasarkan oleh UMKM. Sedangkan pengembangan produk secara *online*,

diarahkan pada model pembinaan UMKM, misalnya dalam bentuk pengemasan produk yang baik dan benar, sehingga menarik daya minat di *marketplace*. Dalam konteks ini Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bandung melakukan fasilitasi terhadap para pelaku UMKM yang diwujudkan melalui *marketplace* dan diberi nama “warung sabilulungan” atau disingkat (Warsa). Melalui program warsa ini, para pelaku UMKM di Kabupaten Bandung diharapkan dapat memasarkan produknya ke mancanegara yang dibantu oleh aparatur dinas.

4. **Strategi penguatan izin usaha.** Strategi ini dilakukan untuk memberikan pembinaan terhadap pelaku usaha agar mereka melakukan sertifikasi usaha atau izin usaha terhadap para pelaku usaha kecil menengah. Secara empirik masalah perizinan merupakan salah satu kendala yang dihadapi oleh sector usaha kecil dan menengah. Dalam konteks ini Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Bandung telah melakukan langkah-langkah untuk mengatasi kendala yang dihadapi oleh UMKM. Salah satu upaya yang telah dilakukan, antara lain memberikan pembinaan dan fasilitasi serta pendampingan terhadap UMKM dalam menyelesaikan masalah perizinan. Masalah perizinan ini dinilai cukup penting, karena disamping memberikan kepastian kepada pelaku UMKM, juga menjadi salah satu sumber pendapatan bagi daerah. Selain itu, pelaku usaha kecil dan menengah juga diharuskan memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), yang nantinya menjadi salah satu syarat untuk membayar pajak dari hasil penjualan produknya. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran bahwa dari 62.000 UMKM yang ada di Kabupaten Bandung, baru 4900 UKM yang dinilai unggul dan sudah memenuhi persyaratan. Oleh karena itu, salah satu strategi perencanaan yang harus dilakukan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah untuk mengatasi kondisi UKM yang belum unggul atau belum memenuhi syarat, adalah melakukan pembinaan dan fasilitasi terhadap izin usaha, sertifikasi, dan HKI (Hak Kekayaan Intelektual). Hal ini juga dinilai sangat penting, karena menyangkut identitas produk UKM yang dijual sebagai hak cipta atau mereknya. Pembinaan dan fasilitasi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM tersebut, secara teknis dibantu oleh pemerintah kecamatan,

terutama dalam hal pendataan serta mengarahkan pelaku UKM untuk melakukan izin usaha.

5. **Strategi pengembangan skill.** Strategi ini dilakukan untuk mengembangkan skill (keahlian) para pelaku usaha kecil dan menengah yang sudah memenuhi syarat, pengembangan skill terhadap paham usaha mikro ini diberikan pengarahan untuk memasarkan produk yang berdaya saing baik lokal, regional, hingga go-internasional. Salah satunya seperti pelatihan dan pembinaan berupa pemasaran *offline* maupun di *marketplace*. Dan jika sudah dilakukan pelatihan dan pembinaan, kemudian ada peningkatan skill pelaku UKM baik secara umum dan secara substansif, substansif itu dari sisi bagaimana caranya memproses produknya agar menarik minat pembeli, ini berlaku bagi UKM yang menjual produk berupa pakaian, makanan, pertanian seperti apa pakaian yang baik dan makanan yang cocok untuk dijual ke pasaran, dan kualitas seperti apa hasil pertanian yang baik itu.
6. **Strategi penguatan inovasi produk unggulan.** Pengembangan produk usaha mikro kecil dan menengah, dirancang oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bandung untuk mendukung kesejahteraan masyarakat dan pelaku UMKM di Kabupaten Bandung. Oleh karena itu, salah satu perencanaan strategi yang dilakukan dalam upaya pengembangan produk unggulan UMKM ini, adalah melakukan penguatan inovasi terhadap produk unggulan yang dihasilkan oleh UMKM. Inovasi yang dilakukan terhadap produk unggulan tersebut, dirancang mulai dari perencanaan produk, proses pembuatan produk, inovasi teknologi yang digunakan, hingga pemasaran produk.
7. **Strategi pengembangan kemitraan.** Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Bandung secara empiric tidak bisa berdiri sendiri, tetapi harus melibatkan berbagai pemangku kepentingan. Oleh sebab itu, Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah terus mengembangkan adanya strategi kemitraan dengan berbagai pihak dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan kecil dan menengah di Kabupaten Bandung. Berbagai program kemitraan yang telah dibangun, antara lain dengan pihak perbankan, asosiasi, dan pengusaha besar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa perencanaan pengembangan produk usaha kecil dan menengah yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Bandung belum sepenuhnya berjalan dengan efektif. Oleh karena itu, dibutuhkan adanya strategi yang tepat untuk lebih mengefektifkan perencanaan pengembangan produk, khususnya produk unggulan yang dikembangkan oleh pelaku usaha kecil dan menengah. Ada beberapa gagasan atau pemikiran yang mungkin bisa menjadi rekomendasi sekaligus solusi dalam mengembangkan produk unggulan yang dihasilkan oleh sector usaha kecil dan menengah, antara lain; lebih mengoptimalkan fasilitasi dan pembinaan terhadap UMKM, lebih mengoptimalkan model inovasi produk unggulan, meningkatkan daya saing UMKM melalui penguatan akses pemasaran yang berbasis pasar global, dan membuka ruang yang lebih luas kepada pelaku UMKM untuk mendapatkan akses pendanaan yang lebih besar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Hasil penelitian tidak mungkin dapat diselesaikan dengan optimal, tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, terutama orang tua, dosen pembimbing dan lembaga. Oleh karena itu, dalam kesempatan yang baik ini, kami mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua kami yang telah memberikan dukungan anggaran selama proses penelitian. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada dosen pembimbing yang telah memberikan motivasi, arahan serta masukan yang cukup substantive dalam penelitian ini. Juga kepada pihak program studi dan fakultas yang telah memfasilitasi prosedur dan perizinan selama penelitian ini. Semoga semua amal baik yang telah diberikan mendapat balasan dari Allah SWT. Amin.

REFERENSI

Allison M. dan Kaye, J ,2005, *Perencanaan Strategi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

- Ariani & Muhamad Nur Utomo, 2017, Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan, *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Vol 13 No 2, Setember 2017
- Chairil M. Noor & Gartika Rahmasari (2018), Esensi Perencanaan Bisnis yang Memadai Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), *Jurnal ABDIMAS BSI, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol 1 No. 3 Agustus 2018,
- Dadan Sutrisno, Agus Suryono & Abdulah Said (2016) Perencanaan Strategis Sektor Usaha Mikro Dalam Mengatasi PermasalahanPemasaran (Studi di Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perindustrian danPerdagangan Kota Batu), *Jurnal Wacana*, Vol 19 No 2, Tahun 2016.
- Suandi, Edy Hamid & Y. Sri Susilo. 2011. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Jurnal Volume 12 Nomor 1 Juni 2011
- Iwan Satibi, 2011,*Teknik Penulisan Skripsi, Tesis & Disertasi*. Bandung : Ceplas
- Riyadi dan Deddy Supriyadi Bratakusumah, 2005, *Perencanaan Pembangunan Daerah*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Verniaputri Agusetiyaningrum, M. Khalid Mawardi & Edriana Pangestuti (2016), Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Untuk Meningkatkan Citra Kota Malang Sebagai Destinasi Wisata Kuliner, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 38 No 2 September 2016
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

